

Title	加工食品に見る、華南経済圏内での差異
Author(s)	池上, 宏之
Citation	令和元（2019）年度学部学生による自主研究奨励事業研究成果報告書
Issue Date	2020-06
oaire:version	VoR
URL	<a href="https://hdl.handle.net/11094/75963">https://hdl.handle.net/11094/75963</a>
rights	
Note	

*Osaka University Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

2019年度大阪大学未来基金【住野勇財団】学部学生による自主研究奨励事業研究成果報告書					
ふりがな 氏 名	いけがみ ひろゆき 池上 宏之	学部 学科	人間科学部 人間科学科	学年	3 年
ふりがな 共 同 研究者氏名		学部 学科		学年	年
					年
					年
アドバイザー教員 氏名	志水 宏吉	所属	人間科学科 共生社会論		
研究課題名	加工食品に見る、華南経済圏内での差異				
研究成果の概要	研究目的、研究計画、研究方法、研究経過、研究成果等について記述すること。必要に応じて用紙を追加してもよい。(先行する研究を引用する場合は、「阪大生のためのアカデミックライティング入門」に従い、盗作剽窃にならないように引用部分を明示し文末に参考文献リストをつけること。)				
<p><b>1. はじめに</b></p> <p>この度の研究で、私は 10 泊 11 日をかけて、香港・中国本土・台湾を巡った。そして、香港・深圳・厦門・金門島・高雄の 5 都市で即席ラーメンとペットボトルのお茶について調査した。香港は 1842 年から、台湾は 1895 年から、それぞれ中国本土とは別の歴史を歩みはじめた。20 世紀には香港はイギリスの植民地であったし(一時期は日本の占領地でもあった)、台湾は日本の支配下および国民党の支配下であった。この間に香港と中国本土と台湾で芽生えた差異について、即席ラーメンやペットボトルのお茶を通して何か発見することができるのではないか、ということが今回の研究テーマである。</p> <p>まずは、今回の香港・中国本土・台湾の調査結果について、概論的に簡単に示していきたい。次に、私が特に注目した商品について検討してみたい。そして最後に、今回発見した香港・中国本土・台湾の商品の特色がどのような意味を持つのかを考えてみたい。</p> <p><b>2. 調査結果概要</b></p> <p>香港では、即席ラーメンには日本企業(特に日清)の強い影響が見られて、ペットボトルのお茶類にはミルクティーやレモンティーなどイギリス文化の影響が強く見られた。また、即席ラーメンもペットボトルのお茶類も中国本土のブランドは少なかった。香港で確認できた主な即席ラーメンは以下のとおり。日系企業の日清食品「出前一丁」「CUP NOODLES(合味道)」、日清のグループ企業である永南食品有限公司「公仔麵」、香港系の新順福食品有限公司「寿桃 SAU TAO」、台湾系の味丹「味味一品」および統一企業「満漢大餐」、韓国系の三養「불닭볶음면(ブルダックポックンミョン)」など。香港で確認できた主なペットボトルのお茶類は以下のとおり。香港系の維他奶国際集團「港式奶茶」(香港式ミルクティー) および鴻福堂集團「鴻福堂」および美國吉時兄弟「清熱酷」、米コカ・コーラ系列の太古「陽光」、日系のサントリー「烏龍茶」および伊藤園「おーいお茶」、台湾系の統一企業「阿薩姆奶茶」、英リプトン「BRITISH MILK TEA」など。</p>					

中国本土の深圳と厦門の即席ラーメンとペットボトルのお茶類は、台湾系のブランドが目立ち、中国本土発祥のブランドはそれに比べると影が薄かった<sup>i</sup>。香港系のブランドもそれなりに幅を利かせていた。深圳・厦門で確認できた主な即席ラーメンは以下のとおり。元台湾系で現中国本土企業の康師傅の商品、台湾系の統一企業の商品、中国本土系の四川白家食品「阿寬」および湖北顾大嫂食品「顾大嫂」および东莞市思思乐食品「过桥米线 酸辣牛肉味」、厦門市ローカルの厦門福禾食品「厦門泡面」、日系の日清食品「CUP NOODLES」「出前一丁」、香港の永南食品有限公司の中国法人である珠海市金海岸永南食品有限公司「公仔麵」、韓国系の三養「불닭볶음면」および韓国の農心「辣白菜拌面」など。深圳・厦門で確認できた主なペットボトルのお茶類は以下のとおり。(即席ラーメンと同様に) 康師傅の商品、統一企業の商品、香港系の維他奶國際集團の商品や、米コカ・コーラの中国法人の商品、中国系の广州王老吉药业「王老吉」および厦門銀鹭食品集团の商品および农夫山泉(建德)新安江饮用水の商品、また日本企業の商品も多く取り扱われていた。

台湾の即席ラーメンについては、台湾系の統一企業・維力食品・臺灣菸酒(台酒)・味丹企業の四社の商品が幅を利かせていた。日本の「ベビースターラーメン」(おやつカンパニー)のような、お湯をかけずにそのまま食べるスナックタイプも人気で、台湾系では統一企業「統一脆麵」「科学麵」および味王「小王子麵」および維力食品「什麼丸意兒」「張君雅小妹妹」などの商品があり、もちろん日本の「ベビースターラーメン」も確認できた。ほかには、日系の日清食品「出前一丁」「CUP NOODLES」、韓国系の三養の「불닭볶음면」、上記四社以外の台湾企業の商品も多数確認できた。台湾発祥の康師傅の商品は現在では全く見られなく<sup>ii</sup>、香港系や中国系企業の商品も確認できなかった。台湾のペットボトルのお茶類についても台湾企業のものが多く、統一企業の「麥香」「茶裏王」等、維他露食品「御茶園」、泰山企業は仙草茶・冬瓜茶・木耳茶などの変わり種を多く取り扱っており、他にも「每朝健康」の源興行銷、久津實業、味丹企業、愛之味の商品がみられた。米コカ・コーラの台湾法人(可可口樂)が販売している「原萃」も人気シリーズで、他にスイスのネスレ(雀巢茶品)や英リプトン(立頓)も台湾独自の商品を販売しており、日本企業の商品も KIRIN「午後の紅茶」や伊藤園「おいお茶」「TEA'S TEA」など多数確認できた。

### 3. 台湾の商品に表記されている日本語は「馬鹿の一つ覚え」?

台湾では即席ラーメンにしてもペットボトルのお茶にしても、台湾企業のものでシェアをしっかりと守っているが、商品の端々に日本の影響が見て取れるようになっていることが印象的だ。

維他露食品の「御茶園」や台湾コカ・コーラの「原萃」は、広告戦略としてパッケージに一部日本語を使用したり、CMに日本の俳優を起用したりしている。「御茶園 日式生茶」では、パッケージに「日式の生茶」とひらがなが使用されていて(写真1)、同商品のCMには日本人の父と台湾人の母を持つ金城武が起用されており、さらにCMのバックミュージックで日本語の曲が流れている<sup>iii</sup>。「原萃 緑茶」でもパッケージに「玉露入り」と送り仮名が付されていて(写真2)、「原萃」シリーズのCMには2017年以降日本の阿部寛が起用されている<sup>iv</sup>。台湾では商品パッケージに簡単な日本語を入れるのが(けっこう前から)流行っていて、CMに日本人や日本にゆかりのある人を起用することも少なくない。これら以外にも「の」とか「日式」を表記している商品は数えきれないほど存在する。



(写真1)



(写真2)

これは明らかに台湾の日本人気を示すものであり、台湾では日本を前面に押し出すと商品に付加価値を付けられるようだ。ただ、中国語の「的」を日本語の「の」に置き換えたら、簡単にパッケージに日本語が入られるので、安易に「の」を使っているだけでもあるように思える。御茶園の緑茶の「日式の生茶」というのは日本人が見れば怪しい日本語に見えるし、原萃の「玉露入り」もごく簡単な送り仮名のレベルにすぎない。金門島に滞在しているときに、宿泊先のゲストハウスでアルバイトをしていた大学生に、金門大学の図書館に連れていってもらった。そこで読んだ旧日本軍の台湾人兵士の随想（日本語）に、面白いことが書いてあった<sup>v</sup>。

新聞広告で度々、「華麗の家居」「美食の土鶏城」「新鮮の海産」等々、何かにつけて「的」を「の」と馬鹿の一つ覚えで、やたらに「の」を使っていますが、「の」と「な」の使い分けが出来ない……

この随想が書かれたのは 1995 年とのことなので、すでに 20 年以上もそれから経っているが、「の」を多用する台湾の傾向は変わっていない。馬鹿の一つ覚えというのはさすがに言い過ぎの気もするし、安直な日本語表記は可愛らしくもあると私は感じる。日本でも例えば怪しい英語表記が使われていることも少なくないし、怪しい外国語表記というのは世界どこでも見られるものだろう。とはいえ、台湾ではこういう日本語表記がやたらと見られるのは事実である。そこから垣間見えるのは、台湾での日本人気は「(良い意味で) ミーハー」な人気であるということだろう。第二次世界大戦後に日本軍が台湾から撤退すると、それに代わって国民党軍が支配するようになり、1949 年から 1987 年までの間は戒厳令が布かれて日本の植民地政策を批判する教育が行われ、日本文化の消費は制限され、日本語の使用も制限された。戒厳令時代が終わると日本文化も解禁され、若者を中心に日本文化のブームが起こり、現在に至るわけであるが<sup>vi</sup>、戒厳令時代に日本文化が一度途切れてしまったことは間違いないだろう。先ほどの台湾人兵士は、日本文化の中で育ち正確な日本語を扱えるので、戒厳令後のミーハーな日本文化にギャップを感じてしまったのだろう。

今では日本語が達者な台湾の若者も少なくない。中国語や台湾語が達者な日本人が少ないのとは対照的である。とはいえ、街にあふれる怪しい日本語を見るかぎり、台湾の日本文化の再受容は表層的なものであるように感じる。もちろん、日本統治時代から途切れなかった日本文化もあるだろうが、現在の台湾の日本文化はここ 30 年ほどに受容したものがメインであるように思える。

#### 4. 「出前一丁」は“香港の”ソウルフード？

日本では日清食品の「出前一丁」は、基本的には味は一種類しか販売されておらず、数ある即席ラーメンの一つか、あるいは数ある日清の商品の一つ、くらの人気しかないと言える。ところが、香港で「出前一丁」は即席ラーメンのナンバーワン人気とも言える商品になっており（シェアはなんと 60%<sup>vii</sup>）、味にしても 10 を超えるバリエーションがあり（写真 3）、日本では赤いパッケージ一つだけだが、香港では味によって色とりどりのパッケージが展開されている。香港では充実したモーニングを食べる習慣があるが、即席ラーメンもモーニングの鉄板メニューの一つとなっていて、喫茶店や

レストランのモーニングメニューで「出前一丁」が出てくるとも珍しくない（写真4）。



(写真3)



(写真4)

台湾にある日本文化は、ここ 30 年くらいの比較的表層的なものがメインなのではないかと私は述べたが、香港の日本文化受容はそれよりは長いようだ。戦後に香港と日本は盛んに交流し、日本企業の香港進出も進んでいて、現在でも多くの企業が進出している。「出前一丁」が香港で発売されたのは、日本で発売された 1968 年の翌年である 1969 年だ（香港での日清の法人設立は 1984 年）。

戦後の香港は、混乱が続く中国本土から逃げてきた亡命者たちの「一時的な避難所」であったという。香港はあくまで経済活動をして稼ぐための場所であり、そのために「香港人意識」なるものが芽生えたのも 1970 年代と遅かった<sup>viii</sup>。だからこそであると思うが、香港では様々な外来の文化を取り入れ、それをごちゃ混ぜにして、自分たちが好むようにアレンジする傾向があり、そうやって出来上がったのが現在の香港の文化であるようだ<sup>ix</sup>。取り入れられた外国のものが、香港で改良を加えられて、香港で流行する過程が、香港で文化が出来上がる過程であったと言えるかもしれない。

「出前一丁」は、香港に取り入れられ、香港で改良され、香港で流行することで、香港の食文化として深く根付いた。香港でも大人気の「ドラえもん」も、香港に取り入れられ、香港で様々な形に展開し、香港で流行し、香港の代表的なポップカルチャーの一つとなったので、類似の例と言える。

年代的にも、戦後の香港は台湾よりも早く日本との（主に経済的な）交流が始まっていた。また、香港は日本文化を香港化する形で吸収した。だから香港では香港人に内面化されてしまっている日本文化が数多くあり、「出前一丁」はその最たるもので、最早それは香港のものと言えるようになってしまった。台湾のミーハーな日本文化に比べると、香港に取り入れられた日本文化の方がより深くに根差しているように思える。それが、台湾の「日式の生茶」と、香港の「出前一丁 辛辣 XO 醬海鮮味」という商品名の付け方の違いに表れているのではないだろうか。

## 5. 閩南語と台湾語

中国本土では政府が普通話（北京語）を普及させようとしているが、実際は上海語や広東語など、まだ方言は健在のようだ。福建省南部の方言である閩南語は厦門にも多くの話者がいて、厦門のローカル即席ラーメンである「厦門泡面」にも閩南語が見られる（写真5の HOU JIA!）。



(画像5)

台湾人のほとんどが話す言葉は、台湾華語とよばれる北京語の一種である。それとは別に台湾語や客家語という言葉も台湾で話されている。実は台湾語は閩南語とほぼ同じものである。馬英九政権時代には台湾語が正式に閩南語と読み替えられたこともあった<sup>x</sup>。しかし、台湾で実際に台湾語が話され



ているのを聞いたことが私にはほとんどない。正確には、駅のアナウンスなどは中国語と英語の他に台湾語と客家語という 4 言語で行われていて、それは聞いたことはあるが、そのアナウンスの台湾語もどこかぎこちない。それに比べると「厦門泡面」のパッケージに見られる「HOU JIA !」(漢字ならば「好食」と書く。意味は「美味しい」。) という、アルファベットで冗談めかしてみせた閩南語はよっぽど自然で、ネイティブの人だからこそできる芸当であるように思える。

中国本土に対する台湾の独自性を打ち出すために、台湾語の復興は政治的に行われているという側面があるが<sup>xi</sup>、反対に福建省南部の閩南語は、中国政府によって普通話(北京語)が推奨される中でも、根強く残っている自然な閩南語なのかもしれない。この仮定が正しければ、中国本土では政府が普通話を普及させようとしているのに自然な閩南語が残っていて、反対に台湾では政府が台湾語を復興させようとして不自然な台湾語話者が増えているという、皮肉な状況が発生していることになる。

## 6. 香港・中国本土・台湾の特色や独自性はいいだせたか

香港や深圳・厦門に台湾系企業の商品が多く出回っていたり、香港系企業の商品も深圳・厦門に多かったりと、華南経済圏としての香港・台湾・深圳・厦門の経済的繋がりや強さが即席ラーメンとペットボトルのお茶類にも表れていた。中国が鄧小平の指揮のもと改革開放政策に舵を切ったときに、それを牽引したのは当時中国本土よりも発展していた台湾や香港の資本であった<sup>xii</sup>。現在も即席ラーメンやペットボトルのお茶類で台湾や香港発祥の企業が強いのもこのためだろう。また、香港・深圳・厦門・台湾のすべての場所で、日本ではあまり見かけることがないインスタントの米粉(ビーフン)が販売されていたが、これは香港も台湾も中国南部の米粉食文化の圏内に含まれていることを示していた<sup>xiii</sup>。つまり、経済面でも食文化でも、香港と深圳・厦門と台湾はかなり結びつきが強いのだ。

とはいえ、やはりそれぞれの地域に特色が生まれていることも今回の調査で垣間見えたように思える。「出前一丁」に見られるように、香港では日本文化を内面化していたが、おそらくイギリスの文化などに関しても同じような内面化をしているのだろう。中国・イギリス・日本の様々な文化を取り込んで混ぜ合わせたアマルガムこそが香港なのだ。では台湾はどうなのか？

ベネディクト・アンダーソンの『想像の共同代』では、19 世紀にラテンアメリカの国々が独立するときに、シモン・ボリバルやサン・マルティンというクリオーリョ指導者が、先住民や黒人奴隷を同じ国民として措定して、独立運動を展開したことについて触れられている<sup>xiv</sup>。本国(スペイン)からの独立という場面では、独立運動の中心となる民族(クリオーリョ)とは異なる集団に属する人々(先住民や黒人奴隷)の地位向上が図られ、それらの協力を得ようとしていたのだ。

現在の台湾では原住民族文化の地位向上や残存する日本文化への再評価が起こっているが<sup>xv</sup>、これが台湾における中国本土からの独立指向と関係しているのは間違いないだろう。言い換えると、原住民族文化や残存する日本文化を取り込んで台湾文化として打ち出し、中国本土との差別化を図っているということだ。では、現在の台湾の街頭でみられるポップな日本文化も、台湾の独自性の一部となりうるだろうか。戦前から残存している日本文化の名残ならまだしも、あのペットボトルのお茶に見られるようなミーハーな日本文化では難しそうに思える。ただし、最近では台湾・日本・韓国の間で交流が盛んに行われていて、韓国のアイドルグループに日本人や台湾人が加入して人気を博していたり、日本のアニメが台湾や韓国でも人気だったりして、独自の文化圏のようなものを形成しているように見えなくもない。台湾はスイーツブームの震源地として日本や韓国に影響を与えている。タピオカミルクティーやマンゴーかき氷が日本でブームになり、台湾カステラは一時期韓国で異常な盛り上がりを見せた(今ではほとんどの店舗が廃業している)。また、ポップカルチャー以外でも例えば野球などに日台韓の交流が見られる。前述のスナックラーメン「統一脆麵」は、野球選手をあしらったパ

ッケーで有名だが、このパッケージデザインに台湾での野球人気が反映されている<sup>xvi</sup>。アジアで野球が人気なのは日本・韓国・台湾くらいのもので、中国本土にも最近プロ野球リーグができたそうだが、人気を集めているとは言い難いようだ<sup>xvii</sup>。日本のプロ野球リーグで台湾や韓国の選手が活躍しているし、反対に台湾のプロ野球リーグでも日本人選手が活躍していて、韓国のプロ野球リーグにも台湾人選手がいる。ポップカルチャーや野球などに見られる日台韓の文化交流が、台湾の文化的独自性であると言えるかどうかは微妙であるが、それでも台湾の何らかの独自性であるように私には思える。つまり、深く根差した文化的な独自性だけが、台湾の独自性ではないと私には思えるのだ。

## 7. おわりに

今回のこのレポートの6章までを中国本土や台湾からの留学生が多く所属する宮原・島菌ゼミで発表して、貴重な意見を数多くいただいたので、最後に披露しておきたい。

実地調査で確認した商品について記述するならば、年月を記載し、店舗に入って商品を見とときの陳列棚の状況や印象を述べるというエスノグラフィーの形を取っても良かったのではないかという指摘を受けた。私がそのような記述をしなかったのは、第一にはエスノグラフィーを語るという経験がなかったので、そのような記述をする自信がなかったからだ。あと、私は今回の調査を、社会調査とするのか（質的調査とするのか・量的調査とするのか）、人類学的な調査をするのかといった、どのような種類の調査とするのかについて、自主研究に名乗りを上げた時点では漠然としていたからというものもある。最初からエスノグラフィーとして調査をしていたならば、終始に一貫した芯が通ったレポートが書けたかもしれないと今では思う。また何かの調査を行う機会があれば、どのような種類の調査にするのかという目標の設定をあらかじめはっきりさせてから行おうと思う。

私は台湾のペットボトルのお茶に見られる日本語を「ミーハー」という言葉で記述し、香港で出前一丁が「モーニング」となっていると記述したが、ここにも指摘をいただいた。まずミーハーやモーニングという言葉はハイコンテクストな言葉であるので、様々な立場の人に向けて文章を書く場合には相応しくない可能性があるというアドバイスをいただいた。また、ミーハーという言葉について私は「表層的な理解ではあるが、楽しんで享受している」というような意味で使ったが、（台湾の人たちは商品の日本語表記を）「記号」として楽しんでいる、というように書き換え、記号としての日本語表記という切り口で論述すればより多くのことを論じられたのではないかとアドバイスをいただいた。記号という観点で日本語表記を再考すると、「玉露入り」という表記は、最初の三文字「玉露入」だけで玉露が入っているということは台湾の人たちに伝わるが、あえて送り仮名の「り」という日本語を記号として挿入することで日本らしさも加えているという、高度な広告戦略が取られていると分析も可能になってくる。また、「厦門泡面」の「HOUJIA!」についても、記号という観点からみれば、閩南語をアルファベットの記号にしている理由は何か、という別の問いを立てることもできた。

日清食品の一商品に過ぎない「出前一丁」が日本の文化と言えるのか、ということも指摘をいただいた。たしかにそのとおりだ。即席ラーメンを袋詰めあるいはカップに詰めて販売する、というスタイル自体は日本の食文化と言えそうだが、ならば即席ラーメン文化（あるいはペットボトルでお茶を売る習慣）それ自体の輸出という観点での論述も考えておくべきだったかもしれない。今回のレポートで私が記述できたことは、「出前一丁」という日清の一商品が、香港で根付いてモーニングのメニューともなり、香港の食文化に取り入れられたということだけかもしれない。

台湾の商品に見られる日本語表記についての3章や、「出前一丁」の香港での普及についての4章の後に、中国本土の閩南語と台湾の台湾語それぞれの言語政策という全く違うレベルの話の5章を（しかも少ない文量で）挿入していて、章ごとにバラつきが出ていることの指摘もいただいた。これについては理由があり、閩南語と台湾語についてどうしても記述しておきたいと私が考えたのは、今

回の調査で私は中国本土・香港・台湾の政治的なことがらや、香港・台湾のナショナリズムの一端を汲み取りたいという、隠れた（そして無謀な）目標があったからだ。そのために中国本土と台湾の言語政策の比較ができそうな「厦門泡面」に私は目を付けたのであったが、上手くいっていただろうか。

台湾の野球文化は日本文化の影響ではないかとの指摘もいただいた。確かに野球は日本から輸入されたようであるが、野球そのものが日本発祥のスポーツでなく、あるいは戒厳令時代に下火となっていたこともあり、日本統治時代からの根強い日本文化と言えるかどうかは難しいように思う。

このレポートが私の一つの解釈であることを忘れず、別の解釈の可能性を忘れないようにしたい。

## 参考文献

- i 中国本土の即席ラーメンのシェアなどについては、畑中艶子(2018)「中国の即席めん市場における競争戦略に関する研究―「康師傅」と「日清食品」の事例を中心に―」に詳しい。本論文によると、中国本土では康師傅と統一企業でシェアの6割以上を占めているという。
- ii 康師傅の商品が台湾で見られなかったのは、2017年に台湾の康師傅が解散したためである。Yahoo!新聞（台湾）より中時電子報 2017年1月3日記事「台灣康師傅 解散」  
<https://tw.news.yahoo.com/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%BA%B7%E5%B8%AB%E5%82%85%E8%A7%A3%E6%95%A3-215005543--finance.html>（最終閲覧日：2019年12月2日）
- iii Youtubeの御茶園公式動画 <https://www.youtube.com/watch?v=prJazSmKi0A>  
（最終閲覧日：2019年12月2日）
- iv Youtubeの原萃公式動画 [https://www.youtube.com/watch?v=uhVJB\\_xcluM](https://www.youtube.com/watch?v=uhVJB_xcluM)  
（最終閲覧日：2019年12月2日）
- v 周婉窈 主編(1997)『台籍日本兵座談會記錄并相關資料』中央研究院台灣史研究所籌備處より 206頁（1995年6月29日付の陳正雄氏の随筆より）繁体字の漢字は日本の漢字に置き換えた。
- vi こうした経緯は、赤松美和子、若松大祐ほか編著(2016)『台湾を知るための60章』明石書店の、菅野敦志「中華文化・本土文化・日本文化」（260～264頁）あるいは、JBpress 林正宏 2009年9月9日記事「台湾社会に浸透した哈日族（ハーリーズ）―日本統治時代の孫たちがJカルチャーに熱狂―」  
<https://jbpress.ismedia.jp/articles/-/1694>  
（最終閲覧日：2019年12月2日）などが詳しい。
- vii 香港での日清食品の展開や、シェアについては、週刊ポスト 2012年9月28日号記事「『出前一丁』香港でシェア60%、売れ過ぎでお詫び広告も」  
[https://www.news-postseven.com/archives/20120916\\_142728.html](https://www.news-postseven.com/archives/20120916_142728.html)  
（最終閲覧日：2019年12月2日）などが詳しい。
- viii 倉田徹・張彧啓(2015)『香港―中国と向き合う自由都市―』岩波新書 147～154頁
- ix 同書『香港―中国と向き合う自由都市―』 119～123頁
- x 新井一二三(2019)『台湾物語―「麗しの島」の過去・現在・未来―』筑摩選書 199頁
- xi 特に民進党は台湾語を台湾の独自性として喧伝しているところがある。
- xii 前出『台湾物語―「麗しの島」の過去・現在・未来―』 192頁
- xiii 中国では北部では小麦栽培が盛んだが、南部では米栽培が盛んなので米粉がよく食べられる。ちなみに日本ではデンプン質のものを細くした食品の多くが麺と呼ばれているが、中国では「麺」は小麦、「粉」は米という区別をしているようだ。
- xiv ベネディクト・アンダーソン著・白石隆、白石さや訳『定本 想像の共同体 ―ナショナリズムの起源と流行―』書籍工房早山 94頁
- xv 前出『台湾を知るための60章』菅野敦志「中華文化・本土文化・日本文化」 264頁
- xvi ちなみに統一企業は台湾で球団のオーナーもしている（統一ライオンズ）。
- xvii 中国本土の最近の野球の動向については、Yahoo!ニュース阿佐智 2019年10月23日記事「仕切りなおした中国プロ野球、第1回 CNBL シリーズは強豪・北京タイガースが優勝」  
<https://news.yahoo.co.jp/byline/asasatoshi/20191023-00147961/>  
（最終閲覧日：2019年12月2日）が詳しい。

## そのほか関連する書籍



- ・池上彰(2016)『池上彰の世界の見方—中国・香港・台湾—』小学館
- ・中嶋嶺雄(1985)『香港—移りゆく都市国家—』時事通信社
- ・遊川和郎(2017)『香港—返還 20 年の相克—』日本経済新聞出版社
- ・吉川雅之・倉田徹ほか編著(2016)『香港を知るための 60 章』明石書店
- ・野嶋剛(2016)『台湾とは何か』ちくま新書
- ・陳來幸・北波道子・岡野翔太ほか編著(2016)『交錯する台湾認識』勉誠出版